

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Permasalahan**

Dalam kehidupan modern dewasa ini, transportasi menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat. Berbagai aktivitas masyarakat di berbagai bidang menuntut ketersediaan jasa transportasi terutama dalam bidang darat. Baik bagi masyarakat di daerah terpencil, perdesaan dan terlebih-lebih bagi masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan. Baik untuk keperluan mobilitas untuk hal pribadi sampai keperluan bersama. Salah satu yang sekarang sedang digalakkan oleh pemerintah Indonesia adalah pariwisata.

Pariwisata di berbagai daerah di Indonesia menjadi tempat favorit untuk berlibur oleh masyarakat Indonesia sendiri sehingga kebutuhan akan akomodasi transportasi yang berbasis pariwisata menjadi sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Untuk menjadi sebuah perusahaan transportasi yang baik dimata masyarakat maka dibutuhkan sebuah pencitraan perusahaan yang baik agar dalam sektor pemasaran dan pelayanan jasa transportasi agar dapat direspon dengan baik oleh segmentasi pasar.

Perusahaan jasa transportasi bus CV. Kemenangan Transport adalah salah satu jasa transportasi darat yang sudah berdiri sejak tahun 2007 ini memiliki

keunggulan dalam alat transportasinya yang sangat memadai bagi para penumpang dan sangat *up to date* dalam perkembangan inovasi dalam sebuah pelayanan bus. CV. Kemenangan Transport kini sudah memiliki konsumen yang cukup banyak dan bahkan pendapatan omzet perusahaan jasa bus CV. Kemenangan Transport berjalan dengan stabil dan pada taraf *High*.

Namun di balik itu semua ditemukan kejanggalan yang berupa kurangnya pencitraan konsep perusahaan disertai media-media visual pendukung untuk menumbuhkan brand awareness dipikiran masyarakat. Masalah yang dilihat rupanya berpengaruh pada stabilitas citra perusahaan transportasi CV. Kemenangan Transport ini, seperti masalah pada konsep perusahaan yang berhubungan dengan terciptanya hal-hal visual sebagai simbol perusahaan sebagai pembeda merk satu dengan yang lain, dan masalah yang terlihat juga adalah identitas perusahaan yang sangat tidak jelas sehingga mengakibatkan perusahaan ini tidak mudah di ingat oleh konsumen, meskipun nyata nya CV. Kemenangan Transport selalu di cari oleh calon konsumen, namun bisa dipastikan mereka (konsumen) tidak bisa dengan mudah ingat dengan CV. Kemenangan Transport karena tidak diidentifikasi kan nya media visual yang tertanda di perusahaan mereka.

Permasalahan yang dilihat rupanya bisa menjadi hal yang potensial dan menambah value perusahaan jika terdapat perubahan terhadap identitas perusahaan dan penambahan media visual sebagai simbol tetap akan perusahaan CV. Kemenangan Transport. Identitas perusahaan harus segera di perbaharui dengan konsep yang kuat dan bermakna dengan media visual, dalam arti visual akan

menambah nilai jual dan akan bercitra professional di mata kompetitor dan mata konsumen, hal itulah yang menjadi tujuan kami dalam bereksplorasi peningkatan nilai daya tambah perusahaan dengan media visual.

Setelah mengetahui bagaimana kelemahan dari perusahaan jasa CV. Kemenangan Transport diatas, maka penulis mempunyai sebuah gambaran tentang apa yang akan dikerjakan dalam Kerja Praktik. Sehingga dalam penulisan laporan Kerja Praktik ini penulis mengambil judul “Perancangan Media Promosi CV. Kemenangan Transport guna meningkatkan Brand Awareness”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang di atas yang berjudul “Perancangan Media Promosi CV. Kemenangan Transport guna meningkatkan Brand Awareness”, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut, Bagaimana cara merancang media promosi CV. Kemenangan Transport guna meningkatkan Brand Awareness di masyarakat Surabaya?.

## **1.3 Batasan Masalah**

Dari rumusan masalah di atas, maka batasan masalah yang akan dikerjakan dalam kerja praktik ini adalah:

1. Mencari dan mengumpulkan data-data dari CV. Kemenangan Transport yang akan digunakan sebagai bahan untuk membuat konsep kreatif media promosi.

2. Hanya terbatas pada pembuatan media promosi berupa poster A3, x-banner, kartu nama, seragam crew dan desain fasilitas.
3. Laporan yang dihasilkan nantinya adalah laporan yang berisi file hasil desain yang sudah siap dicetak.

## **Tujuan**

Tujuan dari kerja praktek yang dilakukan adalah sebagai berikut:

“Untuk merancang media promosi berupa poster A3, x-banner, kartu nama, seragam crew dan desain fasilitas CV. Kemenangan Transport guna meningkatkan brand awareness.”

## **1.4 Manfaat**

### a. Manfaat secara teoritis

Manfaat yang diperoleh dalam bidang keilmuan khususnya dalam Desain Komunikasi Visual dari kerja praktek ini adalah untuk memberikan keilmuan tentang bagaimana merancang media promosi yang baik untuk sebuah perusahaan transportasi untuk meningkatkan brand awareness.

### b. Manfaat secara praktis

Manfaat dari kerja praktek ini dapat diaplikasikan oleh CV. Kemenangan Transport guna meningkatkan brand awareness masyarakat Surabaya dan diharapkan dapat berpengaruh dalam jumlah penghasilan.

## **1.5 Pelaksanaan**

Kerja Praktik ini dilaksanakan di CV. Kemenangan Transport yang beralamat di Jl. Letnan Jendral Soetoyo No. 110 Bungurasih, Surabaya. Waktu pelaksanaannya dari tanggal 1 Juli sampai dengan 31 Juli Tahun 2013 dari hari Senin sampai dengan Jum'at dari mulai pukul 08:00 WIB – 16:00 WIB, tetapi dengan menyesuaikan keadaan dan kebutuhan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan laporan ini secara sistematis dapat dibagi menjadi 5 bab, yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada Bab I ini ada beberapa materi yang akan dijelaskan, yaitu:

1.1 Latar Belakang Masalah

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Batasan Masalah

1.4 Tujuan

1.5 Manfaat

1.6 Pelaksanaan

1.7 Sistematika Penulisan

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada Bab II ini akan dijabarkan tentang berbagai macam teori yang menjadi dasar dalam perancangan karya pada Kerja Praktik ini.

### **BAB III : METODE PERANCANGAN**

Pada Bab III ini akan dijabarkan metode penelitian yang sesuai untuk mendukung metode perancangan karya yang akan dikerjakan pada Kerja Praktik ini.

#### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab IV ini berisi penjelasan umum tentang gambaran perusahaan tempat Kerja Praktik ini, yaitu gambaran umum tentang CV. Kemenangan Transport.

#### **BAB V : IMPLEMENTASI KARYA**

Bab V ini merupakan hasil implementasi hasil karya dari metode perancangan pada Bab III.

#### **BAB VI : PENUTUP**

Pada bab VI ini akan dijelaskan beberapa hal, meliputi:

##### 6.1 Simpulan

Bagian ini akan menjelaskan inti sari dari seluruh kegiatan selama Kerja Praktik, khususnya akan dijabarkan secara singkat dari masalah yang diangkat atau yang dikerjakan.

##### 6.2 Saran

Bagian ini akan dijelaskan tentang kelebihan dan kekurangan selama kegiatan Kerja Praktik berlangsung.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan Kerja Praktik, bisa berupa buku, koran, majalah, e-book dan lain-lain.

STIKOM SURABAYA